基于手游产业分析王者荣耀手游玩家行为与动机

王一珉[1] 梁定邦[2] 吴 臻[1]
（1. 北京师范大学—香港浸会大学联合国际学院，广东 珠海 519087；2. 广东外语外贸大学，广东 广州 510420）

摘 要： 随着我国手游用户不断增长，我国已成为全球最大的游戏市场。目前，网游主要以在线战争类游戏为主流，此类游戏注重公平性，即使玩家为游戏角色购买皮肤也不会影响最终结果，既然如此，为什么还有如此多玩家愿意消费？本研究发现，玩家的消费动机源于与游戏角色的情感关联。作为多人在线竞技游戏，“王者荣耀”手游已经形成了完善的游戏、商业以及社交模式，其未来商业发展也有一定研究意义。因此本文以“王者荣耀”手游为研究对象，以用户为调查对象，基于使用与满足理论，从用户同化的视角出发，对王者用户的心理满足进行研究，进一步探究王者游戏和网络玩家心理满足之间的关系，深入剖析手游对玩家现实生活的影响，在此基础上进行审视与反思。

关键词： 王者荣耀；手游玩家；使用与满足；用户同化 **中图分类号：** G621 **文献标识码：** A
文章编号： 1671-0134（2022）01-038-04 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.01.009
本文著录格式： 王一珉，梁定邦，吴臻 . 基于手游产业分析王者荣耀手游玩家行为与动机 [J]. 中国传媒科技，2022（01）：38-41.

1. 研究背景

随着生活水平逐步提高，人们对娱乐化需求也越发多元，加之移动网络在 4G 网络的辅助下，覆盖全国大部分地区，这为手游的发展提供了良好的硬件基础，文化和娱乐产业的跨界联动也带动了游戏产业的发展，使得中国游戏市场规模高速发展。根据中国互联网络信息中心第 45 次发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2020 年 3 月份，我国手游用户达到了 5.29 亿，占网民总体的 58.9% 和 59.0%。我国已成为全球最大的游戏市场，从 App Annie 发布的《2020 移动市场报告》来看，预测 2021 年全球手游市场交易额将达到 1000 亿美元。[1]

目前，网游主要以在线战争类游戏为主流，此类游戏注重公平性，即使玩家为游戏角色购买皮肤也不会影响最终结果，既然如此，为什么还有如此多玩家愿意消费？通过研究发现，玩家的消费动机源于与游戏角色的情感关联。[2] 因此本文以“王者荣耀”手游为研究对象，以用户为调查对象，基于使用与满足理论，从用户同化的视角出发，对王者用户的心理满足进行研究，进一步探究王者游戏和网络玩家心理满足之间的关系，深入剖析手游对玩家现实生活中影响，在此基础上进行审视与反思。

基于使用与满足理论，本文按照“研究背景—研究方法—研究假设与变量—数据整理分析—结论”的研究思路。

2. 研究方法

本文通过对“王者荣耀”手游玩家玩此游戏的行为与动机进行研究，主要依据使用与满足理论进行研究，并通过如下的研究方法进行研究。

问卷调查法。从“使用与满足”的角度设计、发放关于玩家对“王者荣耀”手游实际体验和满意程度的调查问卷，此份问卷涉及玩家基本情况、游戏在线时长，频率、充值金额、优异战绩的分享次数、对游戏的整体价值认可程度等行为与动机方面的内容，主要为本论文提供样本及数据支持。[3] 此过程需要得到大量玩家的实际游戏体验和相关的游戏经历才能够得到符合本论文的结果，因此，在研究方法上主要采取调查问卷法进行研究。

另一方面基于本文主要使用问卷调查法，故使用 SPSS 数据软件对相关问卷数据进行数据分析，这些工具具有简单、易操作、功能性强的优点，可以很好地为本论文的研究方法提供技术支持。

3. 研究假设与变量

3.1 研究假设

H1：人们的胜负欲需求满足程度，与对王者荣耀的满意程度呈正相关

H2：人们的虚荣心态与收集欲满足程度，与对王者荣耀的满意程度呈正相关

H3：人们的感官刺激需求满足程度，与对王者荣耀的满意程度呈正相关

3.2 自变量与因变量

3.2.1 自变量

IV1：“王者荣耀”手游玩家的胜负欲望

IV2：“王者荣耀”手游玩家的虚荣心态与收集欲

IV3：“王者荣耀”手游玩家的感官刺激需求

3.2.2 因变量：

DV：手游玩家对“王者荣耀”手游的满意程度

4. 手游用户分析

本次调查问卷总共回收了 507 份有效样本，根据数据分析可以得出“王者荣耀”手游玩家总体呈现以下几

方面特征。[4]

4.1 男女玩家比例相当

根据回收数据显示，男女性别比例为 53：47，传统观点认为竞技类游戏更吸引男性用户，而女性用户更喜欢换装类、消除类等更简单易操作的游戏，“王者荣耀”手游的受众构成显然并非如此，对不同性别用户来说都比较友好，门槛较低。

4.2 社交与情绪调节平台

本次调查问卷结果表明，通过社交软件和朋友同学推荐了解该游戏的占据绝大部分，总体高达 72.78%，社交和网络信息互动成为游戏开始的契机。游戏世界都在逐渐成为玩家在拥有个人时间后对自己现实世界中情绪的处理和调节。由此也可以看出“王者荣耀”作为一款非单机游戏的社交属性较为明显。

4.3 玩家态度分析

调查“王者荣耀”对玩家的吸引力，主要体现在“游戏画面”“游戏模式”“游戏剧情”“游戏操作界面”和“游戏音效”等方面，其中认为“游戏画面”具有吸引力的占到近 60%，说明该游戏在画面设计方面有较大优势，也成为吸引女性用户的要点之一。[5]

最后关于玩家对“王者荣耀”手游的真实态度，玩家总体满意程度较高，有平均超过 80% 的用户对通过该手游“可以获得很多乐趣与兴奋感”“可以帮助减少压力生活或学习”和“经常与朋友一起玩”的陈述表示同意，可以说明在此次调查的人群中，社交需求成为游戏使用的最大动机，在游戏中可以与旧日好友重启联系，在偏向更弱“弱链接”的朋友中通过游戏的交流（包括文字、游戏信号、语音等）重新对好友关系进行巩固升级，形成更稳定更偏强的“弱链接”，从而在游戏中获得更多的满足感。

5. 数据整理与分析

在完成了问卷星的问卷收集工作后，收集到了 507 份问卷，以下为对 507 份问卷所含数据的详细整理与分析过程。

5.1 问卷内容导出与整理

在完成问卷的导入与整理环节后，笔者得到了一份完整的数据文件，根据所做出的研究假设，将其以自变量 IV 与因变量 DV 进行了定义，设计出了多个 IV 与单一 DV 的模型，定义如下：

因变量为“玩王者荣耀手游，我可以获得更多的乐趣”。在使用与满足理论中，使用与需求为自变量，最终接触媒介后得到的满足与满意程度为因变量，因此，我们将因变量隐藏于问题之中，将“乐趣与兴奋感”定义为满足的具体表现，以李克特量表的形式，将因变量 DV 以定序变量的形式设置，以期其作为连续变量的情况下，可以准确地表达出其在回归中与其他自变量的关系。针对假设 1“胜负欲”需求，我们所选择的自变量为“以前玩过并喜欢对战类游戏”与“王者荣耀手游，排位晋级安排合理”。[6] 针对假设 2“虚荣心与收集欲”需求，所选择的自变量为“充值金额”以及“分享战绩意愿”。针对假设 3“感官刺激”需求，所选择的自变量为“游戏音效”“游戏画面”“游戏剧情”与“游戏操作界面”。

因此，将着重考量上述 3 个假设中的 IV 与单一 DV 满意程度之间的关系。

5.2 各类假设结果的回归展示

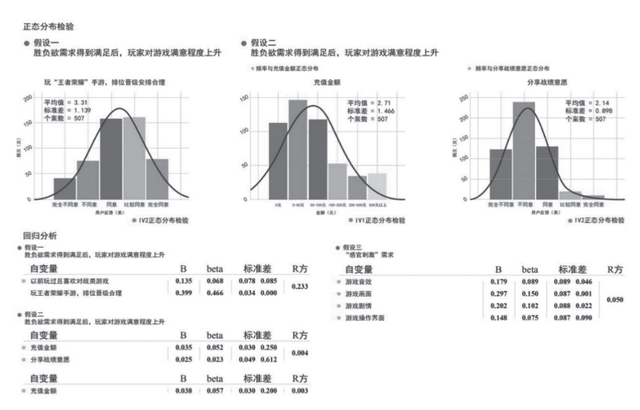


图 1 各假设正态分布检验与回归分析图

假设 1：胜负欲需求得到满足后，玩家对游戏满意程度上升

5.2.1 变量选择

针对人们的胜负欲需求，选择了如下两个自变量，因变量不变：

IV1：“以前玩过并喜欢对战类游戏”

IV2：“王者荣耀手游，排位晋级安排合理”

DV：“玩王者荣耀手游，我可以获得很多乐趣”

5.2.2 正态分布检验

由于 IV1 为 01 变量，所以不做正态分布检验，因而本段着重对 IV2 进行正态分布检验。这是一个较为理想的正态分布的模型，因此，IV2“王者荣耀手游，排位晋级安排合理”，符合正态分布。[7]

5.2.3 回归分析

在完成上述分析后，本段根据假设内容，进行线性回归分析，回归结果如图 1，可以看出：IV1：“以前玩过并喜欢对战类游戏”，$p>0.05$，与 DV 不存在显著性，IV2：“王者荣耀手游，排位晋级安排合理”，$p<0.001$，与 DV 的关系为显著正相关。

从上述结果我们可以看出，在一定层面上，人们的胜负欲需求在得到满足后，对王者荣耀手游的整体满意程度上升。

假设 2：“虚荣心与收集欲”需求

5.2.4 选择变量

针对人们的“虚荣心与收集欲”需求，选择了如下两个自变量：

IV1：“充值金额”

IV2："分享战绩意愿"

5.2.5 正态分布检验

在正态分布检验环节，本段对上述 IV1 与 IV2 进行正态分布检验。

从图 1 中可以发现，两者基本也呈现出正态分布的特点，因此，可以进行下一步的回归分析。

5.2.6 回归分析

在根据假设选出 IV 与 DV，并完成正态分布的检验后，在回归分析的结果中可以看出如下内容：IV1 与 IV2，都不存在显著性，可以理解为：虚荣心与收集欲的需求的满足，与对游戏的满意度无关。这与笔者所做出的推测与经验产生了背离，因此尝试将分享战绩意愿剔除，单做"充值金额"与 DV 的关系。在充值金额与因变量关系中，可以发现，$p>0.05$，充值金额与满意程度仍然无关。

假设 3："感官刺激"需求

5.2.7 选择变量

针对感官刺激需求，所选择了如下的自变量：

IV1："游戏音效"

IV2："游戏画面"

IV3："游戏剧情"

IV4："游戏操作界面"

5.2.8 正态分布检验

由于上述变量均为变量，因此无需做正态分布检验。

5.2.9 回归分析

本段进行回归分析，选取了上述四个自变量，将它们与因变量进行了线性回归分析，所产生的结果如图 1 的线性回归结果，可以总结出如下内容：IV"音效""画面""剧情"，均与 DV 存在显著性，且均呈现显著正相关，其中，游戏画面的 p0.001，可以理解为：游戏画面所带来的感官刺激，显著性最高。其余同样具有显著性的"音效"与"游戏模式类型"，也均可证明。这些因素均可理解为玩家对"感官刺激"的需求得到提升的同时，满意度也在同步提升。[8]

因此，在此关系中，可以发现：在很大程度上，当玩家的感官刺激需求得到满足时，玩家对王者荣耀手游的满意程度会出现上升。

5.3 对回归结果展示的总结

在完成了上述 3 个假设的回归分析后，将对上述的 3 个假设进行总结。

假设 1：呈现显著正相关的"胜负欲"

针对假设 1"胜负欲需求得到满足后，玩家对游戏满意程度上升"的两个 IV 进行回归分析后发现，在 IV2"排位晋级安排合理"中，与 DV 呈现显著正相关。选择"排位晋级安排合理"的玩家，我们可以默认其在玩"王者荣耀手游"的过程中得到了接连不断的胜利与段位的提升，因而这也是胜负欲的表现。[9]

假设 2：完全不存在显著性的"虚荣心"与"收集欲"

针对假设 2，可以很明显地看出，两个 IV 的显著水平都明显高于 0.05，因而，"充值金额"与"分享战绩意愿"在使用与满足模型中，并没有起到预期的效果。

假设 3：显著正相关的"感官刺激需求"

针对假设 3，经过对若干 IV 的回归分析后可以发现，这些 IV 所组成的视听层面的"感官刺激需求"与 DV 都呈现出了显著正相关。因此在使用与满足模型中，"感官刺激"的需求在得到满足后，玩家对"王者荣耀手游"的满意度会得到显著提升。

综上所述，在所做出的假设中，"社交需求""放松需求""胜负欲需求"与"感官刺激需求"与"游戏满意度"的显著关系均得到了证实，即：上述四个需求得到满足后，玩家的满意度会显著上升，因而会继续使用王者荣耀手游，而非另寻他物。

剩余两个需求所展现出的解释力稍显不足，因此"消磨时间需求"与"虚荣心和收集欲"，暂时不在考虑之中。[10]

5.4 局限与不足

作为本专业的硕士研究生，笔者们在知识领域储备上仍存在不足，文章中对玩家行为与动机的调研，理论上还可以有更多定量分析的不同维度和可能，而在定性分析中也存在更多可以有所讨论的社会学和心理学理论的拓展。笔者们会在之后的学习中继续加强自身的学术修养，继续坚持对手游游戏与玩家行为与动机的探索和研究。[11]

虽然通过将部分调研结果与早期知名调研机构的报告做出对比，希望尽量减少网络问卷发放的非随机性和对象选取的限制性对研究结果带来的影响，但因为不同玩家在游戏使用过程中个性化需求的多样性，在行为与动机的分析中依然存在一定主观色彩，这是实验中存在不足的地方。[12]

6. 结 语

"王者荣耀"作为一项目前受众广、话题性高的手游，一直以来都是各大媒体关注和讨论的焦点。本文主要运用采集调查问卷的实证研究方法，对数据进行数据分析和数据可视化处理，从而得出"王者荣耀"手游玩家行为与动机研究的相关结论。本研究为游戏开发商提供了关于用户研究的新思路，为中国手游游戏行业的发展起到了推进作用。

通过归纳与分析"王者荣耀"手游的玩家特征、玩家行为和玩家态度。概括出用户男女比例接近，学历大部分在高中以上的玩家特征。社交和网络信息互动成为游戏开始的契机，"王者荣耀"手游作为一款非单机游戏的社交属性较为明显。游戏的社交需求成为游戏使用的最大动机，在游戏中可以与旧日好友重启联系，在偏向更弱"弱链接"的朋友中通过游戏的交流来促进感情

的提升。该游戏玩家在对游戏充值方面比较理性。该游戏在画面设计方面的较大优势，也成为吸引女性用户的要点之一。

通过对 507 份有效网络问卷的回收和分析，笔者对研究假设中的“胜负欲（个人能力展示需求）”以及“虚荣需求”及“感官刺激需求”等选取的自变量，予以“王者荣耀”手游玩家对“王者荣耀”手游的满意程度为因变量进行了验证。

通过问卷的结果，得到与研究假设一致，呈现显著正相关的“胜负欲”；与研究假设不一致，完全不存在显著性的“虚荣心”与“收集欲”；与研究假设一致，呈现显著正相关的“感官刺激需求”，说明“感官刺激”的需求在得到满足后，玩家对“王者荣耀”手游的满意度会得到显著提升。[13]

从使用与满足理论角度探究“王者荣耀”手游玩家的行为与动机，一方面拓展了使用与满足理论的应用领域，另一方面也拓展了关于网络游戏行为与动机等研究的理论视角。游戏艺术的高深和人性的复杂让本篇文章注定只是对游戏玩家研究的“浅尝辄止”。

手游游戏作为一种娱乐方式，是难以否认的重要文化载体，在游戏媒介化的当下，承担着文化传播的社会使命。游戏玩家在使用与满足理论下，选择该款游戏的行为与动机，不仅帮助笔者们了解玩家心理，还能帮助游戏厂商得到有效的用户反馈，为更多、更精彩的游戏生产与推广奠定基础。在合理使用的前提下，游戏可以让现实变得更美好。媒

参考文献

[1] 赖玉雪 . 乙女向游戏女性玩家的使用与满足研究 [D]. 合肥：安徽大学，2020.

[2] 陈安琪 . 化身认同视角下的网络游戏玩家消费意愿研究 [D]. 开封：河南大学，2020.

[3] 樊鑫 . 网络游戏：一种网络互动行为的社会系研究 [D]. 合肥：安徽大学，2011.

[4] 田阔 . 多人在线角色扮演类游戏的情感设计探析 [D]. 北京：中国美术学院，2016.

[5] 田阔 . 多人在线角色扮演类游戏的情感设计探析 [D]. 北京：中国美术学院，2016.

[6] 黄天益 ，赖守亮 . 浅析游戏设计中的虚拟美学及其体验 [J]. 才智，2017（18）：270.

[7] 朱川 . 移动游戏玩家的持续使用意愿影响因素研究 [D]. 上海：上海外国语大学，2020.

[8] 陈佩 . 微信主流用户的“使用与满足”研究 [D]. 武汉：华中师范大学，2014.

[9] 徐旭 .“偷菜”一族行为动机与社会影响的实证分析——基于“使用与满足”与“涵化”理论的量化研究 [J]. 东南传播，2012（2）：33-37.

[10] 叶楠 .“使用与满足”理论下的“偷菜”浪潮 [J]. 今传媒，2010（2）：41-43.

[11] 冯佳宇 .“看游戏的人”：用户视角下的游戏直播 [J]. 新闻知识，2020（3）：49-51.

[12] Mi Lingyun，Xu Ting，Sun Yuhuan，Zhao Jingjing，Lv Tao，Gan Xiaoli... & Qiao Lijie.Playing Ant Forest to promote online green behavior：A new perspective on uses and gratifications. Journal of Environmental Management，2021（2）.

作者简介：王一珉（1997-），男，广东东莞，硕士在读，研究方向：数据科学与大数据技术；梁定邦（2001-），男，广东广州，本科在读，研究方向：外国语言学及文化传播；吴臻（1998-），女，广东深圳，硕士在读，研究方向：新媒体与影视制片管理。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第37页）

方法进行新的尝试和探索，将有助于网络评论乃至网络舆情工作的进一步研究和规范。媒

参考文献

[1] 王振业，李舒 . 新闻评论与电子媒介 [M]. 北京：中国广播电视出版社，2004.

[2] 胡文龙 . 中国新闻评论发展研究 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2001：403.

[3] 杨树 . 网络评论与网络舆情的联系及互动 [J]. 云梦学刊，2014（9）：147-150.

[4] 黄昕 . 网络评论的舆论监督功能 [J]. 青年记者，2009（8）：29-30.

[5] 赵艳 . 浅论新媒体背景下网络评论样式及特点 [J]. 新闻研究导刊，2017（23）：176.

作者简介：孙博（1986-），男，黑龙江大庆，硕士，云南大学茶马古道文化研究所助理研究员，纵数横谈舆情研究中心首席分析师，研究方向：语言文化、社会调查研究；孔唯鉴（1990-），男，云南昆明，硕士，云南大学茶马古道文化研究所助理研究员，纵数横谈舆情研究中心首席分析师，研究方向：舆情分析、数据分析工作。

（责任编辑：涂东敏）